



Indledning

Hjarvard, Stig

Published in:
Medialisering

Publication date:
2016

Document version
Også kaldet Forlagets PDF

Document license:
[Ikke-specificeret](#)

Citation for published version (APA):
Hjarvard, S. (2016). Indledning. I S. Hjarvard (red.), *Medialisering: Mediernes rolle i social og kulturel forandring* (s. 7-15). Hans Reitzels Forlag. <http://i-bog.dk/medialisering#/double/6/>

The book cover features a dark, textured background with a faint, blue-tinted image of a crowd of people. Large, semi-transparent letters spelling 'MEDIALISERING' are overlaid on the left side of the cover. The title 'MEDIALISERING' is prominently displayed in the center in a large, bold, white sans-serif font. Below the title, the subtitle 'MEDIERNES ROLLE I SOCIAL OG KULTUREL FORANDRING' is written in a smaller, bold, orange sans-serif font. The author's name 'STIG HJARVARD (RED.)' is at the top right in a bold, orange sans-serif font. The publisher's name 'HANS REITZELS FORLAG' is at the bottom right in a bold, orange sans-serif font.

STIG HJARVARD (RED.)

MEDIALISERING

MEDIERNES ROLLE I SOCIAL OG KULTUREL FORANDRING

HANS REITZELS FORLAG

MEDIALISERING

ℋ

STIG HJARVARD (RED.)

MEDIALISERING

Mediernes rolle i social og kulturel forandring

HANS REITZELS FORLAG

Medialisering

Mediernes rolle i social og kulturel forandring

1. udgave, 1. oplag

© forfatterne og Hans Reitzels Forlag, 2016

Fagredaktør: Stig Hjarvard

Forlagsredaktør: Henning Persson

Manuskriptredaktør: Daniel Robert Andersen

Omslag: Louise Glargaard Perlmutter/Louises design

Tilrettelægning og sats: LYMI DTP-Service

Sat med Garamond Premier Pro

Trykt hos Livonia Print

Printed in Latvia 2016

ISBN: 978-87-412-6113-3

Alle rettigheder forbeholdes. Kopiering fra denne bog må kun finde sted på institutioner eller virksomheder, der har indgået aftale med Copydan Tekst & Node, og kun inden for de rammer, der er nævnt i aftalen. Undtaget herfra er korte uddrag til brug ved anmeldelser.



Hold dig orienteret om nye titler fra Hans Reitzels Forlag.
Tilmeld dig forlagets nyhedsbrev på hansreitzel.dk



Indhold

Indledning • 7

1 | Medialisering: Teori og historie • 17

Af Stig Hjarvard

2 | Medialisering: Institutioner, logikker og dynamikker • 39

Af Stig Hjarvard

3 | Idrættens medialisering • 71

Af Kirsten Frandsen

4 | Den medialiserede leg • 103

Af Stine Liv Johansen

5 | Medialiseret forældreskab i overgangen til familielivet • 125

Af Maja Sonne Damkjær

6 | Religionens medialisering: Religion til forhandling gennem amerikansk film og tv-fiktion • 157

Af Line Nybro Petersen

7 | Politikens medialisering – et ny-institutionelt perspektiv • 185

Af Mark Blach-Ørsten

8 | Medialiseret konflikt: Globalisering, professionalisering og digitalisering • 217

Af Mette Mortensen

9 | Medialisering af frivillige organisationer • 241

Af Mikkel Fugl Eskjær

Forfatterbiografier • 271

Stikordsregister • 273

Indledning

Af Stig Hjarvard

I denne bog belyser vi medialiseringen af kultur og samfund. 'Medialisering' har vundet frem som et centralt begreb til forståelse af mediernes samspil med kultur og samfund, og der udgives i disse år en række internationale monografier og antologier med dette begreb som omdrejningspunkt (fx Esser og Strömbäck, 2014, Hepp, 2013, Hjarvard, 2013, Lundby, 2014). På samme måde som 'globalisering' og 'individualisering' er vigtige begreber til at forstå moderne samfund, er 'medialisering' blevet en begrebsmæssig ramme til at belyse, hvordan både massemedier og digitale netværksmedier er blevet en integreret del af kulturelle praksisser og samfundsinstitutioners virke. Medialiseringen er en af det moderne samfunds centrale dynamikker, men hvor fx globaliseringen og individualiseringen længe har været på dagsordenen i humanistisk og samfundsvidenskabelig forskning, er forskning i medialiseringen af kultur og samfund først for alvor ved at etablere sig i den internationale forskning i disse år. Med denne bog vil vi bidrage til at udvikle dette teoretiske og analytiske perspektiv i en dansk sammenhæng.

Medialisering betegner både en historisk forandringsproces og et nyt vilkår i moderne samfund. Fra et historisk perspektiv vedrører medialiseringen de forandringer, der har givet medierne en mere fremtrædende rolle i kultur og samfund, og som har gjort forskellige institutioner som politik og familie afhængige af medierne på forskellige måder. I et aktuelt perspektiv peger medialiseringsbegrebet på det grundlæggende vilkår, at medier på forskellig vis er integreret i kultur og samfund og dermed er med til at strukturere de måder, hvorpå mennesker kommunikerer og interagerer med hinanden i forskellige kontekster, fx i skolen, i det politiske liv og på arbejdspladsen. Samtidig har medierne bidraget til at forøge rækkevidden og hastigheden af menneskers kommunikation og interaktion med hinanden; vi lever i stigende grad i en global og online virkelighed, som ændrer præmisserne for bl.a. økonomi, politik og kulturel udveksling. Den selvfølgelig, hvormed vi anvender medier

i stadig flere livssammenhænge, vidner om en intensiveret medialisering, men konsekvenserne af denne udvikling er langt fra kortlagt. Denne bog er således også et bidrag til at belyse disse forandringer på en række forskellige områder gennem konkrete analyser.

Interessen for at belyse mediernes indflydelse på kultur og samfund er ikke ny, men har været et centralt tema i medie- og kommunikationsforskningen siden dens fødsel i det 20. århundredes første halvdel. Med medialisering-begrebet anlægges der imidlertid et nyt perspektiv på dette spørgsmål, hvor en afgørende pointe er at se på, hvordan medierne er blevet en *integreret del* af kultur og samfund. Den hidtidige medie- og kommunikationsforskning har fortrinsvis studeret 'medieringen', dvs. hvordan mennesker konkret bruger medier til at kommunikere med hinanden, og hvilken indflydelse denne mediering måtte have på fortolkningen eller udbredelsen af det pågældende budskab. Dette er fortsat en relevant problemstilling, men det er utilstrækkeligt til at belyse de mangeartede måder, hvorpå medier udøver indflydelse i moderne samfund. Ved at sætte fokus på 'medialiseringen' ændrer vi fokus og interesserer os mere for, hvordan forskellige mediers fremkomst og integration i forskellige sammenhænge, fx familie eller politik, er med til at påvirke menneskers relationer og interaktion med hinanden inden for den pågældende sammenhæng. Medialiseringen indebærer således en interesse for de mere *langsigtede forandringer* i kultur og samfund, som medierne indgår i, og de *ændrede vilkår* for kommunikation og interaktion, der herved skabes.

Den tidlige forskning i medialisering (Asp, 1986, Mazzoleni og Schulz, 1999) havde i høj grad fokus på massemediernes og specielt nyhedsmediernes voksende rolle i den politiske kommunikation og de forandringer, der opstod i det politiske system som følge heraf. Dette emne er fortsat af stor vigtighed, men studiet af medialisering er blevet udvidet på to væsentlige måder. Dels undersøges ikke bare massemediernes rolle, men indflydelsen fra det samlede system af medier, dvs. massemedier (kommunikation fra én til mange), sociale netværksmedier (flere til flere) og interpersonelle medier (én til én) samt spillet mellem disse medier. Dels er undersøgelsesfeltet udvidet til at omfatte mange forskellige samfundsinstitutioner og kulturelle felter. Denne udvidelse af medialiseringsforskningen er ikke blot et udtryk for en udvikling inden for forskningen selv, men er også et resultat af medie- og samfundsudviklingen, der har gjort forskellige medier relevante i stadig flere kontekster. Med internettet og mobile medier har de fleste kulturelle og samfundsmæssige institutioner som fx familie, erhvervsliv, museer og idræt fået tilføjet en me-

diemæssig dimension til deres eksisterende praksis. Når man interesserer sig for en sportsgren som fx fodbold, er denne interesse typisk understøttet af en række mediebundne praksisser som tv-sport, FIFA-computerspil og fodboldklubbers online organisering af både træning og fanklubber. Mange steder i kultur og samfund fremstår en række medier ikke blot som relevante at bruge, men er blevet nødvendige og uundværlige for at få løst centrale arbejdsopgaver og dermed få hverdagen til at fungere. Forskningen i medialiseringen af disse forskellige samfundsinstitutioner og kulturelle domæner har til formål at vise, hvordan forskellige medier kommer til at indgå i disse sammenhænge og derigennem også er med til at forandre og udvikle dem. Der er tale om en gensidig proces, hvor også medierne udvikles og tilpasses til at fungere i nye sammenhænge, samtidig med at medierne ofte nedbryder tidligere grænser mellem forskellige områder. Med hjemme-pc'en kan vi være på arbejde, selvom vi opholder os i hjemmet, ligesom vi kan ordne bankforretninger og besøge museer hjemme fra dagligstuen eller hvor som helst, vi opholder os.

Medialiseringen af en voksende del af kultur og samfund indebærer ikke nødvendigvis en homogenisering; konsekvenserne af mediernes integration er varierede og til tider modsatrettede og er under alle omstændigheder afhængige af de interne forhold i det kulturelle og samfundsmæssige område, der konkret er tale om. Medialiseringsteori og -analyse må medreflektere de særegne forhold inden for den samfundsinstitution eller det kulturelle felt, der behandles, og studiet af medialisering må derfor belyses ud fra en tværvidenskabelig tilgang, hvor teorier og viden om medier suppleres af teorier og viden om det pågældende område. Mediernes voksende relevans i kultur og samfund som helhed har gjort medievidenskabelig viden efterspurgt inden for andre fagområder, men det stiller samtidig krav om, at medieforskningen går i faglig dialog med andre discipliner; ønsker man at forstå samspillet mellem medier og sport eller mellem medier og politik, må man også inddrage teorier og forskningsresultater inden for de pågældende områder. Set i dette lys er denne bog også en invitation til andre fagområder om at gå i dialog med medievidenskaben i analysen af mediernes samspil med kultur og samfund.

Bogen er opbygget således, at der først gives en grundig indføring i medialiseringsteorien og medialiseringsbegrebets nuancer og forskellige inspirationskilder, og dernæst udfoldes og diskuteres teorien i en række konkrete analyser af forskellige samfundsmæssige og kulturelle områder: idræt, børns leg, forældreskab, religion, politik, konflikter samt frivillighedsorganisationers arbejde. Stig Hjarvards første kapitel "Medialisering: Teori og historie" giver

en grundlæggende introduktion til feltet og peger på relevansen af at skelne mellem 'mediering' og 'medialisering', samtidig med at han påpeger, hvordan disse begreber dækker over processer, der gensidigt kan påvirke hinanden. Han udfolder dernæst den historiske udvikling af medialiseringsbegrebet inden for kulturteori, postmoderne teori og politisk kommunikationsforskning frem til den aktuelle brug af begrebet i medievidenskab. Forskning i medialiseringprocesser kan imidlertid ikke kun afgrænses til de bidrag, der eksplicit anvender begrebet, og Stig Hjarvard demonstrerer, hvordan bidrag af forskere som Paul F. Lazarsfeld, Jürgen Habermas og Joshua Meyrowitz på forskellig måde har foregrebet den dagsorden, som medialiseringsforskningen i dag arbejder ud fra. Endelig placerer han medialiseringen i en modernitetsteoretisk sammenhæng og skitserer medialiseringens overordnede historiske udvikling, herunder de forskellige institutionelle faser, som medierne har været præget af.

I det andet teorikapitel "Medialisering: Institutioner, logikker og dynamikker" sætter Stig Hjarvard medialiseringsbegrebet i en bredere sociologisk forståelsesramme. Når hensigten er at belyse samspillet mellem medier, kultur og samfund, kan man ikke forlade sig på medievidenskabelig teori alene, men må inddrage teorier og begreber, der kan begribe forandringer på tværs af forskellige samfundsinstitutioner og kulturelle områder. Det er endvidere vigtigt at udvikle en begrebsramme, der kan indfange både kulturelle og samfundsmæssige aspekter af udviklingen. Centralt i fremstillingen står nyere institutionel teori samt strukturationsteori, og på baggrund heraf viser Hjarvard, at overlapningen og sammenstødet mellem mediernes forskellige logikker og andre institutionelle områders styringslogikker kan skabe social og kulturel forandring. Fremvæksten af forskellige netværksmedier er således med til at ændre de måder, hvorpå kommunikation og interaktion foregår i både formelle organisationer (fx partier og firmaer) og løst forbundne netværk (fx venskabskredse). Afslutningsvis demonstrerer han, hvordan de ændrede vilkår for kommunikation og interaktion skaber en række dynamikker, som ikke mindst i konfliktfyldte situationer viser sig at spille en vigtig rolle.

I Kirsten Frandsens kapitel om "Idrættens medialisering" viser hun, hvordan både organiserede og selvorganiserede former for idræt gennemgår forandringer i tilknytning til mediemæssige udviklinger. Hendes empiriske studie af mediernes betydning for danske specialforbund under Danmarks Idrætsforbund demonstrerer, hvordan den enkelte organisation i stigende grad kommer til at opfatte medierne som betydningsfulde for at indfri de forskellige mål, organisationen har, fx hvad angår servicering af medlemmer eller kom-

merciel indtjening på publikum til den pågældende idrætsgren. Der er betydelige forskelle på, hvilke ressourcer de enkelte organisationer råder over, og det sætter sine tydelige spor i den indsats, de kan mobilisere på medieområdet, herunder hvor professionelt den kan bedrives. Fremvæksten af digitale og netværksbaserede medier har ikke kun ændret kommunikationsmiljøet i og omkring idrætsorganisationer, men også skubbet til den allerede igangværende udvikling i retning af mere selvorganiseret idrætsudøvelse. I tillæg til den foreningsorganiserede idrætsudøvelse og den kommercielle fitnessvirksomhed giver forskellige apps som fx Strava, Endomondo, RunKeeper og Garmin Connect mulighed for at føje nye symbolske betydninger til den individuelle idrætsudøvelse, samtidig med at de etablerer en række kommunikative fællesskaber omkring den fysiske aktivitet. For både den organiserede og selvorganiserede idræt gælder, at der er nye medieaktører, som vil sælge sportsindhold, og som dermed skaber interne magtforskydninger mellem aktørerne.

Stine Liv Johansens kapitel "Den medialiserede leg" belyser de forandringer, der kan iagttages i børns leg som følge af de senere års udbredelse af forskellige digitale medier, hvor ikke mindst udbredelsen af tablets og apps har gjort adgangen til spil og computerunderstøttet leg lettere, bl.a. hjulpet på vej af brugen af disse i børnehaver, SFO'er m.m. Med afsæt i en forståelse af leg som en kulturel og æstetisk praksis ser hun medialiseringen som de processer, hvorigennem legen influeres af mediernes prægende kraft, deres teknologier, kommercielle strukturer, symbolske indhold og kommunikative potentialer. Leg er ofte rammesat af voksne, fx forældre og pædagoger, men digitale medier giver mulighed for, at de voksnes kontrol med legen i et vist omfang løsnes. Påvirkningen mellem leg og medier går ikke kun fra medier til leg; der er tale om en gensidig proces, hvor også medierne og deres indhold 'legificeres'; således har udbredelsen af tablets i familier skabt et kæmpe marked for forskellige former for lege-apps, hvorved tablets ofte bliver foretrukne legeredskaber. Afslutningsvis konkluderer Stine Liv Johansen, at leg med medier ikke foregår ved siden af den rigtige leg; i kraft af medialiseringen skelner børnene ikke mellem teknologi og ikke-teknologi eller mellem digitale og analoge legeredskaber.

Digitale mediers integration i hverdagslivet er også udgangspunktet for Maja Sonne Damkjær's kapitel om "Medialiseret forældreskab i overgangen til familielivet". At blive forældre er en central livsbegivenhed, som rummer biologiske, sociale og identitetsmæssige forandringer, og denne omvæltning stiller samtidig krav om, at de nybagte forældre selv bidrager aktivt til 'familiegøren' og 'forældreskabelse', dvs. etableringen af de nye sociale roller og identiteter

knyttet til den nye situation som forældre. I denne kontekst tilbyder medierne nye typer af ekspert- og vejledningsinstanser samt nye sociale arenaer for kommunikation om forældreskab. Medierne anvendes bl.a. til at indhente viden om, hvad der er normalt og unormalt, både hvad angår sygdom og sociale roller, og tilgængeligheden af enorme mængder information og rådgivning om forhold knyttet til fødsel og spædbørn bidrager på den ene side til et øget vidensniveau, men skaber på den anden side også en øget refleksivitet og tvivl om traditionelle ekspertinstansers råd og vejledning. De øgede kommunikationsmuligheder skaber en større forventning om kommunikation om forældreskabet, hvilket også giver sig udslag i en øget visuel æstetisering af familien, barnet og forældrene. En vigtig konsekvens af medialiseringen er, konkluderer Maja Sonne Damkjær, at en ny forælder overhovedet er nødt til at forholde sig til kommunikationstryk og kurateringen af familielivet online.

Line Nybro Petersens kapitel "Religionens medialisering: Religion til forhandling gennem amerikansk film og tv-fiktion" giver en både historisk og aktuel analyse af mediernes og specielt tv-mediets indflydelse på cirkulationen af religiøse forestillinger. I USA blev teleevangelismen en vigtig faktor for udbredelsen af kristne budskaber, og præster blev med deres religiøse tv-shows i 1950'erne kendte i den brede befolkning. I takt med at antallet af tv-kanaler og tv-seere blev udvidet, skete der en forandring af de religiøse programmer, hvor de gradvist blev tilpasset tv-mediets krav til fx formater og målgrupper, samtidig med at de forkyndende programmer placeredes på nichekanaler. Konsekvensen var, at eksplicit kristne religiøse elementer blev nedtonet til fordel for en mere diffus spiritualisme og leg med magiske og overnaturlige fænomener, som ikke mindst tv-fiktionen har formået at udnytte, eksempelvis i tv-serier som *Lost*. Eksistensen af sådanne former for 'banal religion' i populærkulturen er udgangspunktet for Nybro Petersens empiriske analyse af, hvordan amerikansk producerede serielle film- og tv-fiktioner er en kilde til religiøse forestillinger blandt nutidens danske teenagere i et kulturelt rum, hvor det religiøse ellers kun optræder momentvis ved festlige lejligheder som konfirmation osv. Fraværet af en eksplicit religiøs dagsorden til fordel for en leg med spirituelle og magiske elementer giver disse tv-serier en betydelig appel blandt danske teenagere; på denne måde kommer populærkulturens fremstilling af det overnaturlige og spirituelle til at udgøre vigtige kulturelle referencer for danske unge, der ellers generelt er skeptiske over for kristendom og religiøs tro.

Mark Blach-Ørstens kapitel "Politikkens medialisering - et ny-institutio-

nelt perspektiv” fokuserer på samspillet mellem især nyhedsmedier og den politiske institution. Med afsæt i ny-institutionel teori påpeges det, at nyhedsmediernes gradvist har vundet en vis autonomi vis-a-vis den politiske institution og herigennem også kommer til at spille en central rolle for etableringen af den politiske dagsorden. Den ny-institutionelle teori om ‘passendehedslogik’ fungerer som udgangspunkt for at definere nyhedsmediernes logik, og han argumenterer dernæst for, hvordan politikens medialisering forløber gennem forskellige faser. Endelig udfolder han begreberne i en empirisk analyse af medialiseringen af partier og centraladministration, medialiseringen af politik i nyhedsmediernes og medialiseringen af politik på de sociale medier. Brugen af sociale medier har vundet indpas i politik i de senere år, men analysen af disse mediers betydning for det politiske system peger på, at deres anvendelse typisk er styret af nyhedsmediernes logik, dvs. sociale medier bruges med henblik på at påvirke nyhedsmediernes dagsorden eller udbrede nyhedshistorier. I Danmark er der en fremskreden medialisering af politik, men det indebærer dog ikke, at alle politiske emner eller alle politikere til stadighed er påvirket af nyhedsmediernes logik. Udviklingen bærer snarere præg af, at en begrænset mængde af kendte politikere og en begrænset mængde af politiske emner løber med langt størstedelen af nyhedsmediernes og dermed offentlighedens opmærksomhed.

I kapitlet “Medialiseret konflikt. Globalisering, professionalisering og digitalisering” indleder Mette Mortensen med at påpege, at vi med begrebet ‘medialiseret konflikt’ skal forstå mediernes grundlæggende og omfattende indlejring i konflikter, hvilket ændrer konflikternes informations- og kommunikationsstrømme såvel som deres planlægning, organisering og eksekvering. Med afsæt i en historisk gennemgang af udviklingen i mediernes rolle i konflikter peger hun på to dimensioner ved medialiseret konflikt: Den første dimension udspringer af aktører og institutioner, der traditionelt har været med til at bestemme informationsudbuddet fra konflikter ved enten at producere eller regulere nyheder: presse, ordensmagt, politiske og militære administrationer m.m. Den anden dimension er et produkt af digitale og sociale netværksmediers fremkomst, som har muliggjort, at nye aktører, fx aktivister, NGO’er, whistleblowers og terrorister, kan tage del i konflikter både inde fra og uden for den aktuelle konfliktzone. I moderne konflikter indgår typisk begge dimensioner i konkurrence og samspil med hinanden. Konflikters medialisering skal også ses i sammenhæng med andre udviklingstendenser; ikke mindst er globalisering og professionalisering af kommunikation både en an-

ledning til og konsekvens af konflikters medialisering. I kapitlets sidste del demonstrerer Mortensen samspillet mellem de forskellige dimensioner i en analyse af terrorangrebet mod Boston Marathon i 2013.

I bogens sidste kapitel, "Medialisering af frivillige organisationer", belyser Mikkel Fugl Eskjær gennem en konkret analyse, hvordan danske NGO'er både selv undergår en medialisering og påvirkes af den generelle medialisering af det politiske system. NGO'erne udmærker sig ved at udgøre en særlig gruppe af organisationer, der befinder sig et sted mellem de formelle, politiske organisationer og løse netværk af græsrodsaktivister. NGO'erne har som en væsentlig del af deres arbejde at påvirke den politiske dagsorden og kommunikere med medlemmer og økonomiske støtter, hvorfor kommunikation og mediekontakt er en væsentlig del af deres virksomhed. Generelt har alle NGO'er oplevet, at deres kommunikationsvirksomhed er blevet mere professionaliseret, ligesom kommunikationsafdelingen har fået en mere central placering i NGO'ens ledelse. Medialiseringen er i lyset heraf ikke noget, der alene opstår som en udefrakommende påvirkning, men opstår også indefra foranlediget af de frivillige organisationers egne behov for at opnå bl.a. politiske mål. I den sammenhæng tjener medierne som en slags advarselssystem for folkelig utilfredshed eller kommende politiske tiltag. Medialiseringen af det politiske system har ændret vilkårene for politisk deltagelse og indflydelse, og det har for NGO'erne ført til en øget organisatorisk tilpasning til nyhedsmedierne samt udviklet behovet for at kunne mobilisere folkelig protest via sociale netværksmedier. For at få det politiske system i tale er personlige kontakter inden for det politiske system ikke nok; det er også vigtigt at kunne tilbyde politikere (vinder)sager i nyhedsmedierne og skabe protester, som politikere ikke kan sidde overhørig.

Denne bog udspringer af det kollektive forskningsprojekt "The Mediatization of Culture: The Challenge of New Media", finansieret af Forskningsrådet for Kultur og Kommunikation i perioden 2011-15. Vi vil gerne takke for forskningsrådets støtte til dette projekt. André Jansson, der er professor i medie- og kommunikationsvidenskab ved Karlstads Universitet, har givet faglig kritik af bogens forskellige kapitler, og vi vil gerne takke ham for grundig og konstruktiv feedback, der uden tvivl har gjort de enkelte bidrag bedre. Vi håber, at denne bog vil give læseren viden om og inspiration til fortsatte studier i mediernes rolle i social og kulturel forandring. Hvorvidt det lykkes, er det nu op til læseren at vurdere. God fornøjelse med læsningen!

Litteratur

- Asp, K. (1986) *Mäktiga massmedier: Studier i politisk opinionsbildning*. Stockholm: Akademilitteratur.
- Esser, F. og Strömbäck, J. (2014) *Mediatization of Politics. Understanding the Transformation of Western Democracies*. New York: Palgrave Macmillan.
- Hepp, A. (2013) *Cultures of Mediatization*. Cambridge: Polity.
- Hjarvard, S. (2013) *The Mediatization of Culture and Society*. London: Routledge.
- Lundby, K. (red.) (2014) *Mediatization of Communication*, Handbooks of Communication Sciences, vol. 21. Boston og Berlin: De Gruyter Mouton.
- Mazzoleni, G. og Schulz, W. (1999) "Mediatization" of Politics: A Challenge for Democracy? *Political Communication*, 16: 247-261.

I

Medialisering:

Teori og historie

Af Stig Hjarvard

Medierne er blevet en integreret del af kultur og samfund. Denne enkle konstatering er udgangspunktet for medialiseringsteorien, der har til formål at give en sammenhængende begrebslig ramme for at analysere og forstå mediernes betydning i moderne samfund. At medierne er blevet integrerede i kultur og samfund, kan lyde selvindlysende og måske trivielt, for de fleste mennesker er ganske fortrolige med at bruge et utal af medier både i hjemmet, på arbejde, i fritiden osv. Vi tager det i stigende grad for givet, at andre mennesker også bruger internettet og mobiltelefoner og dermed er til rådighed for os online (Ling, 2012). Det er imidlertid netop denne selvindlysende karakter, som afspejler, at medierne udøver indflydelse i mange forskellige sociale sfærer og er blevet en uadskillelig del af vores interaktion i familien, på arbejdspladsen, i skolen osv.

Integrationen af medier er både synlig og usynlig. Som teknologier er medierne i høj grad synlige: Store tv-fladskærme står centralt placeret i mange stuer, computere fylder godt op i kontorlandskaber og på værksteder, og et kig ind i en togkupé eller bil viser, hvordan de fleste passagerer er travlt optaget af forskellige medier. Vores lommer og tasker er ofte fulde af medieteknologi, og et moderne børneværelse er typisk bestykket med avancerede medier, som ingeniører i tidligere tiders Statsradiofoni og P&T kun kunne drømme om. Som redskaber i hverdagslivets praksis er medierne usynlige eller i hvert fald upåfaldende. Når vi bruger Facebook og sms til at holde kontakt med venner og familie, eller når arbejdsopgaver koordineres via e-mail, har vi primært fokus på modtageren og indholdet, ikke medierne. Det er typisk kun, når de ikke virker, at vi bliver opmærksomme på deres eksistens og funktioner. Også for samfundets store institutioner er mediernes tilstedeværelse blevet en naturlig og upåfaldende realitet. I det politiske system er omgang med journalister et fuldt integreret aspekt af arbejdet som politiker, og nyhedsmediernes rappor-

tering om politiske hændelser i ind- og udland foregår i en uendelig strøm med samme selvfølgelighed, som der kommer vand ud af vandhanen.

Den på en gang meget synlige og usynlige karakter af mediernes tilstedeværelse i kultur og samfund afspejler en klassisk sociologisk pointe, nemlig at samfundsmæssige strukturer, relationer og processer ikke er synlige. To sociologiske pionerer, MacIver og Page (1950), formulerede problemet således: "Vi ser bygninger og motorveje og broer og andre tegn på menneskers aktivitet. Vi kan endog se menneskene selv. Men vi kan ikke se den sociale struktur. Vi kan ikke se samfundet, men kun dets ydre kendetegn" (MacIver og Page 1950: 136). Medialiseringsteori beskæftiger sig med de 'usynlige' sociale processer og strukturer bag mediernes ydre fremtrædelsesform. Den ydre synlighed siger ikke nødvendigvis noget om mediernes betydning eller funktioner i kultur og samfund, men kan primært ses som en indikator for mediernes relevans i forskellige sammenhænge.

Medialiseringsteori indskrives sig i den lange tradition i medie- og kommunikationsforskningen, hvor man forsøger at give svar på, hvilken betydning medierne har for kultur og samfund, herunder om de påvirker mennesker og institutioner på forskellige måder. Men spørgsmålet søges besvaret på en ny måde, der har selve integrationen i kultur og samfund som sit omdrejningspunkt. Tidligere lå der i forskningen i højere grad en antagelse om, at man kunne se isoleret på medierne og påvise, hvordan de udøvede en effekt på enkeltindivider eller grupper, eller hvordan vi som enkeltindivider selv kunne vælge eller fravælge medier for at opnå en bestemt social eller psykologisk tilfredsstillelse. Sådanne opfattelser kommer til kort, når medierne integreres i mange forskellige institutioner som familie, uddannelse og politik og udgør en uadskillelig del af vores sociale og kulturelle kontekst både som privatpersoner, i arbejdsmæssig sammenhæng og som politiske borgere. Medierne rummer mange muligheder, men brugen af dem er ikke et frit valg. Det er socialt omkostningsfuldt for både børn og voksne ikke at have en mobiltelefon, og det er i Danmark et lovkrav, at borgere kommunikerer med det offentlige gennem computer og internet.

I det omfang man kan tale om, at medierne har en 'effekt' på kultur og samfund, kan konsekvenserne af denne integration siges at være mediernes største effekt. Som følge af mediernes integrerede karakter sætter medialiseringsteori fokus på samspillet mellem medierne og andre kulturelle og samfundsmæssige forhold som fx familieliv, sport og politik. Det er ikke medierne i sig selv, der står i centrum for analysen, men de måder, hvorpå de påvirker og

selv påvirkes af de kulturelle og samfundsmæssige forhold. Medierne er væsentlige, fordi medialiseringsteorien netop omhandler mediernes betydning i kultur og samfund, men teorien har ikke til formål at opskrive den kulturelle eller samfundsmæssige værdi af medierne i sig selv; det er medieindustriens aktører selv rigtig gode til at gøre. I stedet er det medialiseringsteoriens ærinde at synliggøre, hvordan medier, kultur og samfund interagerer med hinanden, og hvordan medierne herigennem kommer til at være medstrukturerende for, hvordan mennesker såvel i det store samfund som i hverdagslige sammenhænge kommunikerer, handler og skaber sociale relationer.

Fra mediering til medialisering

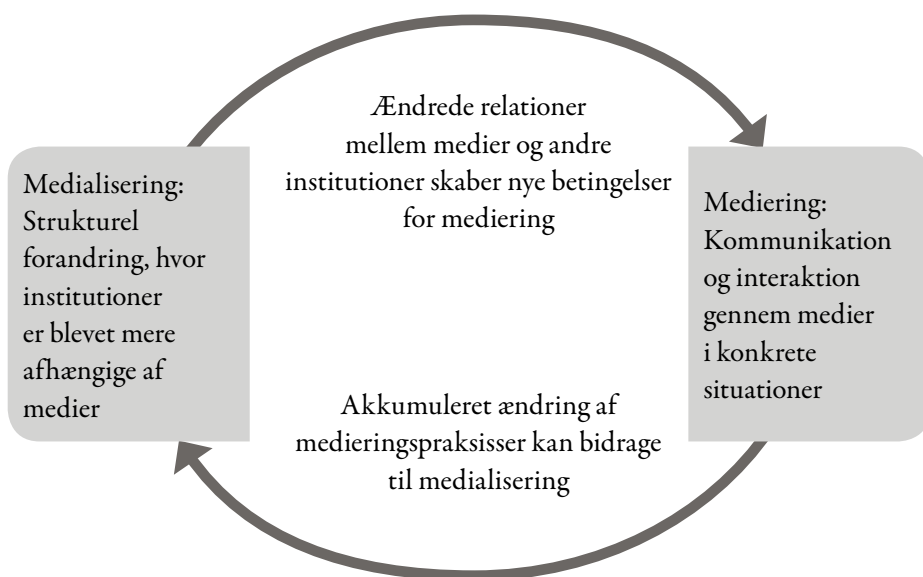
For at kunne forstå medialiseringsteoriens særlige perspektiv på mediernes rolle i kultur og samfund er det vigtigt at skelne mellem to begreber, henholdsvis 'mediering' og 'medialisering'. Ved 'mediering' forstår vi brugen af medier til kommunikation og interaktion; fx kan en politiker vælge at mediere sin kommunikation gennem et pressemøde eller via et indlæg på Twitter. Valget af medieringsform har direkte konsekvenser for meddelelsens form og indhold samt for, hvem der har mulighed for at deltage i kommunikationen. Hvordan den enkelte politiske meddelelse medieres, har imidlertid ikke konsekvenser for den politiske institutions virkemåde eller politikken relation til medier, kultur og samfund i øvrigt. Medialiseringen af politikken vedrører derimod de langsigtede, strukturelle forandringer i forholdet mellem politik og medier, hvorigennem relationerne mellem de involverede institutioner ændres, og der skabes nye betingelser for kommunikation og interaktion. Medieringen hører til de kommunikative handlingers område, mens medialiseringen vedrører de strukturelle forandringer mellem forskellige kulturelle og samfundsmæssige domæner.

En væsentlig del af medie- og kommunikationsforskningen har – ikke overraskende – været fokuseret på at studere brugen af medier til kommunikation og dermed fortrinsvis analyseret de tre grundlæggende led i kommunikationsforløbet – afsender, indhold og modtager – samt deres indbyrdes relationer. Lasswells klassiske kommunikationsmodel har dermed ligget til grund for de spørgsmål, der er blevet stillet i medieforskningen: Hvem siger hvad, gennem hvilken kanal, til hvem, med hvilken effekt? Analysen af medieringsprocesser er selvsagt blevet stadig mere nuanceret og udviklet på mange forskellige måder, hvor fx konteksten for modtagernes reception er blevet inddraget til at

forstå deres fortolkninger af budskaber. Ikke desto mindre har en betydelig del af medieforskningen fastholdt sit fokus på selve medieringen og lokaliseret mediernes betydning på dette niveau. Det er fortsat vigtigt at undersøge, hvordan medieringen af et budskab kan have indflydelse på kommunikationens form, indhold og modtagelse, men det er ikke tilstrækkeligt at fokusere på medieringen alene, hvis man ønsker at belyse konsekvenserne af mediernes tilstedeværelse i moderne samfund. Her må en analyse af medialiseringen træde til.

Begreberne 'mediering' og 'medialisering' vedrører således to forskellige forhold, henholdsvis brugen af medier i kommunikative praksisser og mediernes rolle i forandringen af kultur og samfund, og de bør derfor holdes adskilt. Det er samtidig værd at understrege, at de processer, som begreberne dækker over, er gensidigt forbundne. For det første kan den akkumulerede ændring af medieringspraksisser over tid i sig selv bidrage til en medialisering af en given institution. Når eksempelvis politikere i stadig større omfang begynder at bruge Twitter til at kommunikere om politik, eller sportsklubber med stadig større hyppighed bruger sociale netværksmedier til at kommunikere med medlemmer, vil det gradvis kunne resultere i en medialisering af den sociale praksis. For det andet har medialiseringen konsekvenser for medieringen; i takt med mediernes integration i stadig flere kulturelle og samfundsmæssige områder vil der opstå nye betingelser for kommunikation og interaktion. Medierne vil udgøre en vigtig ressource, hvis styring både er præget af medierne selv og de institutionelle logikker på det pågældende område (fx politik eller sport), og det vil sætte nogle betingelser for, hvordan den konkrete mediering af budskaber vil finde sted i denne kontekst (se figur 1.1).

Før jeg går videre med at udlægge de vigtigste begreber og argumenter i medialiseringsteorien, er det vigtigt også at få præciseret, hvad vi i denne sammenhæng forstår ved 'medier'. I og med at medialiseringsteorien udspringer af en medievidenskabelig forskningstradition, er det også en medievidenskabelig forståelse, der ligger til grund for definitionen af 'medier'. Kort sagt vil vi forstå medier som teknologier, der gør det muligt at udvide den menneskelige kommunikation i tid, rum og modalitet. Medier gør det således muligt at kommunikere i tekst, lyd og billeder (forskellige modaliteter) over store afstande (rum), ligesom det er muligt at lagre kommunikationen til senere brug (tid). Et medie behøver dog ikke at opfylde alle tre funktioner; historisk har mange medier til at begynde med kun udvidet menneskers kommunikation i én dimension, fx muliggjorde telefonen, at mennesker kunne tale sammen



Figur 1.1. Den gensidige relation mellem medialisering og mediering.

over afstand, men samtalen kunne ikke lagres eller suppleres med andre kommunikative modaliteter som tekst og billede. Gradvis er medierne blevet stadig mere multifunktionelle, hvilket tillader brugerne en mere fleksibel styring af tid, rum og modaliteter.

Medier er i lyset af denne definition kommunikationsteknologier, der gør det muligt at overskride den menneskelige krops begrænsninger, så vi kan kommunikere hurtigere, længere og mere varieret end vores mundtlige tale og kropslige gestik tillader. Hermed være også sagt, at tale- og kropssproget ud fra dette perspektiv ikke opfattes som et medie, selvom det i andre sammenhænge kan være en meningsfuld betegnelse, fx inden for retorikken og teatervidenskaben. Den medievidenskabelige definition af medier adskiller sig også fra sociologiske, økonomiske og religionsvidenskabelige tilgange. Inden for disse discipliner vil man eksempelvis kunne opfatte politik, penge og mennesker som medier: politik som styringsmedie for magtudøvelse, penge som økonomisk udvekslingsmedie og åndemagere som medier for kontakten til en overnaturlig verden. Inden for de respektive discipliner kan disse medieopfattelser være nyttige, men i forhold til at belyse kommunikationsteknologiers betydning i moderne samfund er de ikke anvendelige.

I den følgende fremstilling af medialiseringen arbejder vi med en bred medieopfattelse, der omfatter massemedier (fx bog, radio og tv), interpersonelle

medier (fx telefon, e-mail og sms) og sociale netværksmedier (fx blogs, Facebook, Twitter); de lever alle op til kriterierne i definitionen. Den teknologiske komponent er ifølge definitionen en nødvendig betingelse for, at der er tale om et medie, men den er ikke en tilstrækkelig betingelse for at kunne beskrive et medie. Mediers funktionsmåde er ikke kun styret af teknologien i sig selv, men er også præget af symbolske og æstetiske praksisser (fx styret af genrer og stilistiske konventioner) og institutionelt forankrede reguleringer (fx gennem lovgivning, markedsmekanismer og organisatorisk struktur). Vi må medtænke alle tre dimensioner, dvs. materielt-teknologiske, æstetisk-symbolske og institutionelle, når vi ønsker at belyse, på hvilke måder medierne spiller sammen med andre kulturelle og samfundsmæssige fænomener.

Begrebshistorie

Selvom medie- og kommunikationsforskningen primært har fokuseret på mediering og ikke medialisering, er det vigtigt at understrege, at der også tidligere har været forskning i medialiseringprocesser. Den tidligste anvendelse af begrebet i en betydning, der har lighedspunkter med den aktuelle forståelse, finder man hos den tyske sociolog Ernest Manheim (1979 [1933]), der i en afhandling fra 1933 bruger begrebet til at beskrive, hvordan offentligheden etableres under indflydelse af kommunikationsmediernes mellemkomst. Denne afhandling vinder dog ikke nogen større indflydelse eller udbredelse (Averbeck-Lietz, 2014), og det er først et halvt århundrede senere, at begrebet begynder at vinde indpas i forskellige teoridannelser. Der er ikke tale om en fælles begrebsudvikling, men snarere om, at der inden for et par årtier i forskellige forskningsmiljøer hovedsagelig i Europa opstår beslægtede, men langt fra identiske idéer, som gradvis knyttes til begrebet medialisering. Til at skabe overblik over denne parallelle og løst forbundne begrebsudvikling vil jeg i det følgende skelne mellem begrebets indpas i henholdsvis postmoderne teori, politisk kommunikationsteori og kultursociologisk teori.

Inden for postmodernistisk teori er begrebet blevet brugt til at belyse den imaginære eller simulerede karakter, som erfaringen både på individ- og samfundsniveau kan tage som følge af medierne mellemkomst. Hos Baudrillard (1981) bruges betegnelsen som et led i at underbygge hans teori om 'simulacra', dvs. at den symbolske fremstilling af verden, vi møder i medier, politik og kultur, har mistet sin relation til virkelige hændelser og i stedet udgør en hyperrealitet, der er blevet mere virkelig end virkeligheden selv. Denne simulacra-til-

stand er ifølge postmodernistisk teori præget af et generelt sammenbrud i de semiotiske tegns referentielle funktion, dvs. der er ikke længere nogen entydig sammenhæng mellem tegnenes betydning og den virkelighed, de foregiver at pege på. Som sådan bliver medierne også redskaber for ideologiske koder: "Hvad der medialiseres, er ikke, hvad der kommer fra dagspressen, fjernsynskassen eller radioen: det er hvad der genfortolkes af tegnformen, artikuleres i modeller og administreres af 'koden'" (Baudrillard, 1981: 175-76). Denne tilstand er af Baudrillard bl.a. blevet brugt til at argumentere for – i en for ham karakteristisk spidsformulering – at Golfkrigen (1990-91) ikke fandt sted. Dette skal dog ikke forstås som en egentlig benægtelse af krigens eksistens på slagmarken, men som et argument for, at borgerne ikke har mulighed for at afgøre, hvad der reelt finder sted, og de involverede aktørers fortolkninger og handlinger tager afsæt i det simulacrum, som bl.a. medierne skaber.

Kultur- og litteraturkritikeren Fredric Jameson (1991), der selv forholder sig kritisk til postmodernismen, bruger medialiseringebegrebet til at pege på, at de traditionelle kunstarter undergår en forandring under indflydelse af mediernes tilstedeværelse: "de er blevet bevidste om, at de selv er medier inden for et mediesystem, inden for hvilket deres egen interne produktion også udgør et symbolsk budskab om det pågældende medies status" (Jameson, 1991: 162). Set fra dette synspunkt er medialiseringen af de traditionelle kunstarter en integrationsproces, hvorigennem bestemte kunstarter mister en vis autonomi og i stedet kommer til at indgå i en vedvarende social og symbolsk dialog med andre medier om relevans og betydning. I aktuelle forståelser af medialiseringen udgør postmoderne teori ikke længere en betydningsfuld strømning, men analysen af det postmoderne, forstået som en række karakteristiske træk ved den aktuelle kultur, indgår i aktuel medialiseringsteori. Eksempelvis har Philip Auslander (2014) belyst, hvordan kunstnerisk performance må forholde sig bevidst til de betingelser, som en kultur gennemsyret af medier sætter for produktion af information, forestillinger og autenticitet.

En afgørende udvikling af medialiseringebegrebet finder sted inden for analysen af mediernes rolle i den politiske kommunikationsproces. I en skandinavisk sammenhæng er Kent Asp den første til at bruge begrebet til at betegne den proces, hvor "et politisk system i høj grad påvirkes af og er tilpasset de krav, som massemedierne stiller til rapporteringen af den politiske verden" (Asp, 1986: 359). I en europæisk sammenhæng bliver Mazzoleni og Schulz' (1999) bidrag vigtigt for begrebsdannelsen, og her er der på samme måde som hos Asp fokus på, hvordan de politiske institutioner gradvis tilpasses masse-

mediernes måde at virke på og i denne proces mister autonomi: "Medialiseret politik er politik, der har tabt sin autonomi og i sine centrale funktioner er blevet afhængig af massemedierne og kontinuerligt formes gennem interaktion med massemedier" (Mazzoleni og Schulz, 1999: 249-50). En væsentlig videreudvikling af den teoretiske forståelse af politikens medialisering leveres af Jesper Strömbäck (2008), der peger på fire faser eller dimensioner i det politiske systems afhængighed af mediernes logik. Jeg skal vende tilbage til denne historiske faseinddeling senere, ligesom den også behandles i Mark Blach-Ørstens kapitel i denne bog (se kapitel 7).

Til sammenligning med den postmoderne tilgang til medialiseringsbegrebet, der især havde sit afsæt i kultur- og kunstkritik, er studier af politikens medialisering præget af forskningstraditioner inden for henholdsvis politologi og journalistikforskning. Det handler således især om *nyheds*mediernes udvikling til en mere selvstændig samfundsmæssig institution og de konsekvenser, denne udvikling har for det politiske system og opinionsdannelsen i samfundet. Teoretisk trækker studier af politikens medialisering på den ny-institutionelle orientering i journalistikforskningen (Cook, 2005), ligesom der forsøges knyttet forbindelser til eksisterende retninger inden for politisk kommunikationsanalyse som fx agenda-setting og framing-teori (Esser og Strömbäck, 2014). Trods de indlysende forskelle er der dog også enkelte lighedspunkter mellem den postmoderne tilgang og teorier om politikens medialisering. I begge tilfælde ses mediernes udvikling som en afgørende forandrende kraft, der udhuler autonomien af henholdsvis det politiske liv og kunsten. Der ligger heri også en mere eller mindre eksplicit normativ kritik af medierne for at underminere andre samfundsinstitutioners virkemåde og evne til at agere hensigtsmæssigt på egne præmisser.

Den kultursociologiske inspiration til udviklingen af medialiseringsbegrebet kommer overvejende fra forskere, der ikke i snæver forstand arbejder inden for det medievidenskabelige felt. I en skandinavisk sammenhæng har Johan Fornäs (1995) introduceret begrebet i en kulturteoretisk sammenhæng, hvor han ikke mindst har sat det i relation til mediernes øgede rolle for identitetskonstruktionen i senmoderne samfund. I samspil med en øget kulturalisering af samfundet, dvs. den proces, hvor kulturelle symboler og værdier kommer til at spille en rolle uden for kulturens egen gebet, får medierne øget betydning, i og med de er centrale for cirkulationen af symboler og værdier; konkret viser det sig eksempelvis i den øgede betydning af branding af virksomheder og produkter og en generel vækst i oplevelsesindustrien. I denne proces bidrager

medierne til en øget refleksivitet og æstetisering af verden, hvilket kommer til at præge individets konstruktion af egen identitet, eksempelvis i dialog med reklamer, modemagasiner og livsstilsprogrammer i tv. Set i dette perspektiv kan medialiseringen bidrage til en øget indsigt i og dialog med en større verden og andre kulturer, men den kan dog også have standardisering og homogenisering af erfaring og identitetsdannelse som konsekvens, i og med at identitetsdannelsen forskydes fra primærerfaring til en sekundær erfaring gennem mediekulturen.

André Janssons (2002) medialiseringbegreb har også mediekulturen som afsæt, idet han karakteriserer medialiseringen som “den proces hvorigennem medierede kulturprodukter har opnået status som kulturelle referenter og derved bidrager til udviklingen og opretholdelsen af kulturelle fællesskaber. Med andre ord er medialiseringen den proces, som forstærker og udvider mediekulturens sfære” (Jansson, 2002: 14-15). Denne definition har også visse lighedspunkter med Friedrich Jamesons opfattelse, i og med den fokuserer på mediekulturens nye status som reference for hele kulturen, men Jansson anlægger et langt mere sociologisk syn på udviklingen og uddyber, hvordan denne status etableres, herunder hvordan medierne normaliseres gennem det sociale hverdagslivs praksisser (Lefebvre) og legitimeres afhængigt af de kapitalformer (Bourdieu), der gør sig gældende i forskellige praksisfelter. Jansson (2012) har videre beskæftiget sig med, hvordan mediernes integration i forskellige sociale rum indgår i kontrol og magtudøvelse. Medierne skaber således nye betingelser og muligheder for overvågning, herunder statens overvågning af borgerne, firmaers overvågning af forbrugeres markedsadfærd og den sociale overvågning af hinanden i civilsamfundet. En væsentlig konsekvens af denne medialisering er ændrede præmisser for at opleve tillid til individer og sociale systemer.

I en tysk sammenhæng har medialiseringbegrebet dels vundet indpas i analysen af politiske institutioner og dels fået en bredere kultursociologisk fundering gennem især Friedrich Krotz’ (2003, 2009) arbejde. Inspireret af især Norbert Elias’ relationelle sociologi ser Krotz medierne som afgørende for, hvordan mennesker kommer til at konstruere deres sociale verdener. Ifølge Elias udfolder menneskers liv sig inden for sociale figurationer, dvs. netværk af gensidige relationer (fx familien), og i kraft af dette udvikles sociale normer og hierarkier, herunder en habitus, som regulerer menneskers handlinger og hverdagsliv. Medialiseringen forstås i lyset heraf som den proces, hvorigennem de kommunikative processer forandres, og nye sociale verdener tager form. Tilkomsten af nye

medier skaber basis for ændrede kommunikationsmønstre, hvilket bidrager til ændringer i de sociale figurationer. Samtidig med at forandringer er historisk specifikke og variable, er medialiseringen samtidig at forstå som en metaproces på linje med individualisering, dvs. en langsigtet og overgribende civilisatorisk proces siden menneskesamfundenes begyndelse; således bidrager medierne gennem hele historien til social forandring, men deres aftryk kommer imidlertid til udtryk på forskellige måder til forskellige tider. Hepp (2013) har i samarbejde med Krotz videreudviklet dette perspektiv og taler om 'medialiserede verdener', hvorved vi skal forstå de kommunikative figurationer, medierne er med til at konstituere og artikulere i lokale livsverdener.

I den engelsksprogede verden har især John B. Thompson bragt medialiseringensbegrebet frem. Thompson (1990) knytter i modsætning til Krotz medialiseringen til modernitetens periode og gør den til et distinktivt træk ved vor tid; som Thompson selv udtrykker det, er medierne delvist konstituerende for moderne samfund, og de er delvist konstituerende for, hvori det 'moderne' ved de samfund, vi lever i, består (Thompson, 1990: 15). Thompson (1995) knytter ikke mindst medialiseringen til den øgede indflydelse, som meget store medievirksomheder har på nationale og globale kommunikationsprocesser. Disse virksomheders produktion og distribution af symbolske produkter har bidraget til at ændre kommunikationsstrømmene både mellem individer og institutioner. Thompson har ikke så meget bidraget til medialiseringensbegrebets udvikling på det generelle niveau, men hans studier af den øgede synlighed, medierne beforder i kultur og samfund, har tydelig relevans for forståelsen af medialiseringens konsekvenser.

Ikke mindst Thompsons (2002) teori om og analyse af medieskandaler i moderne politik kan ses som et vigtigt bidrag til at forstå sociale dynamikker affødt af medialiseringen, men også Roger Silverstone (1999, 2006) kan siges at have leveret et tidligt bidrag til forståelsen af medialiseringprocesser. Silverstone brugte imidlertid konsekvent begrebet 'mediering' til at beskrive disse processer, hvad enten det drejer sig om konkrete kommunikative processer eller generelle, kulturelle forandringer som følge af mediernes mellemkomst. Denne manglende sondring har undertiden givet en uklarhed i den internationale dialog om begreberne. Couldry (2008) forsøgte i tilslutning til Silverstone at fastholde 'mediering' som det centrale begreb, men har siden tilsluttet sig relevansen af medialiseringensbegrebet (Couldry og Hepp, 2013), og generelt må den indledningsvist nævnte forståelse af forskellen mellem mediering og medialisering nu siges at have etableret sig som gældende i den internationa-

le forskning. Se Kaun (2011) og Lundby (2014) for en nærmere oversigt over teoriudviklingen på feltet.

Foregribelse af medialiseringens dagsorden

Indtil nu har jeg alene behandlet bidrag, der eksplicit anvender begrebet medialisering til at forstå dette forskningsfelts udvikling. Men det er værd at understrege, at studiet af medialiseringprocesser også har fundet sted, uden at selve begrebet medialisering har været anvendt. Der findes således en række historiske og aktuelle forskningsbidrag, som har indlysende relevans både teoretisk og empirisk for forståelse af medialiseringen. En af medie- og kommunikationsforskningens pionerer, sociologen Paul F. Lazarsfeld, udpegede på et tidligt tidspunkt relevansen af den dagsorden, som medialiseringsteorien adresserer. I en foreløbig status over den dengang unge disciplin, kommunikationsforskningen, nævnte Lazarsfeld (1951) fem relevante interesseområder, hvoraf de første fire primært drejede sig om forhold knyttet til selv kommunikationsprocessen: analyse af, hvem der bestemmer over massemedierne, analyse af selve indholdet, analyse af publikums brug og sociale kendetegn og analyse af massemediernes effekter. Dertil nævnte han en femte dimension, som han kaldte 'funktionel analyse', og som forsøger at besvare følgende spørgsmål: "Hvordan er medierne relateret til hinanden, og hvordan er et lands kommunikationssystem relateret til andre aspekter af det sociale system? Hvilken rolle spiller massemedierne for forløbet af sociale forandringer?" (Lazarsfeld, 1951: 219).

Lazarsfeld kom i den nævnte artikel ikke nærmere ind, hvad denne forskning skulle bestå af, men det er slående, i hvor høj grad han her stillede spørgsmål, der har relevans for medialiseringsteorien: dels det strukturelle spørgsmål om, hvilke relationer mediesystemet har til andre sociale domæner som fx politik, uddannelse og religion, dels det historiske og processuelle spørgsmål om, hvilke roller medierne kan spille i forandringen af kultur og samfund. Hos den norske sociolog Gudmund Hernes efterspørges knap 30 år senere en ganske tilsvarende forskningsdagsorden. I hans klassiske artikel om 'det mediavridde samfund' efterlyser han viden om, "hvilke virkninger medier har for institutioner såvel som for individer: for måden forvaltning, organisationer, partier, skoler og virksomheder fungerer på og for forholdet mellem dem. På hvilke måder bidrager medier til at omfordele magt i samfundet? [...] Kort sagt, ud fra et institutionelt perspektiv er det centrale spørgsmål, hvordan medier ændrer andre samfundsenheders indre funktionsmåde og gensidige forhold" (Hernes,